

Analiza modela i ponude internet bankarstva u Republici Hrvatskoj

Filošević, Karlo

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:953427>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski stručni studij Računovodstvo

Karlo Filošević

**ANALIZA MODELA I PONUDE INTERNET BANKARSTVA U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

Završni rad

Osijek, 2020.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Preddiplomski stručni studij Računovodstvo

Karlo Filošević

**ANALIZA MODELA I PONUDE INTERNET BANKARSTVA U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

Završni rad

Kolegij: Bankarstvo

JMBAG: 0010224037

e-mail: kfilosevic@efos.hr

Mentor: Prof. dr. sc. Branko Matić

Osijek, 2020.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
Professional study of Accounting

Karlo Filošević


**ANALYSIS OF INTERNET BANKING MODELS AND
OFFERS IN THE REPUBLIC OF CROATIA**

Final paper

Osijek, 2020.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELAKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta: Karlo Filošević

JMBAG: 0010224037

OIB: 91778376125

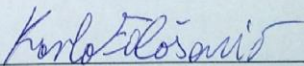
e-mail za kontakt: karlo.filosevic@gmail.com

Naziv studija: Stručni studij Računovodstvo

Naslov rada: Analiza modela i ponude internet bankarstva u Republici Hrvatskoj

Mentor/mentorica rada: Prof. dr. sc. Branko Matić

U Osijeku, 2020. godine

Potpis 

Analiza modela i ponude internet bankarstva u Republici Hrvatskoj

SAŽETAK

U ovom završnom radu analizira se ponuda i modeli internet bankarstva u tri hrvatske banke; Hrvatska poštanska banka d.d., Zagrebačka banka d.d., Sberbanka d.d. Rad se sastoji od teorijskog i empirijskog dijela. Teorijski dio završnog rada obuhvaća analizu internet bankarstva za fizičke i za pravne osobe. U teorijskom dijelu također je istraženo kako je internet bankarstvo izgledalo u prošlosti, a kako izgleda danas. U empirijskom dijelu komparativnom analizom uspoređene su ponude i usluge internet bankarstva u navedenim bankama sa aspekta visine naknada za te usluge, sigurnost uporabe internet bankarstva i broj korisnika internet bankarstva.

Ključne riječi: banka, internet bankarstvo, mobilno bankarstvo, sigurnost

Analysis of internet banking models and offers in the Republic of Croatia

ABSTRACT

In this final paper you will find an analysis of internet banking models and offers in three selected Croatian banks: Hrvatska poštanska banka d.d., Zagrebačka banka d.d. and Sberbank d.d. This final work consist of a theoretical and an empirical part. The theoretical part includes general informations about internet banking for individuals and legal entities. Furthermore, the theoretical part analyzes history of internet banking and how it looks today. In the empirical part, the comparative analysis compares the offers of services and the amount of fees in the analyzed banks, security and number of internet banking users are also compared.

Keywords: bank, internet banking, mobile banking, security

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| 1. Uvod | 1 |
| 2. Početci razvoja internet bankarstva | 2 |
| 3. Usporedba bankarstva u prošlosti i danas | 4 |
| 3.1. Tradicionalno bankarstvo | 6 |
| 3.2. Suvremeno bankarstvo | 8 |
| 4. Vrsta usluge internet bankarstva | 12 |
| 4.1. Ponuda za fizičke osobe (građane)..... | 12 |
| 4.2. Ponuda za pravne osobe | 13 |
| 5. Pozitivne i negativne strane internet bankarstva | 15 |
| 5.1. Prednosti internet bankarstva | 15 |
| 5.2. Internet bankarstvo – nedostatci | 16 |
| 6. Analiza ponude internet bankarstva u Republici Hrvatskoj u Hrvatska poštanska banka d.d., Zagrebačka banka d.d., Sberbanka d.d. | 18 |
| 6.1. Ponuda usluga u istraživanim bankama | 18 |
| 6.2. Visina naknada za usluge internet bankarstva | 19 |
| 6.3. Sigurnost internet bankarstva..... | 21 |
| 6.4. Broj korisnika internet bankarstva u analiziranim bankama | 23 |
| 7. Zaključak..... | 25 |
| Literatura..... | |
| Popis slika | |
| Popis tablica | |

1. Uvod

Živimo u modernom svijetu kada se većina stvari obavlja putem interneta, neki poslovi se obavljaju pomoću interneta zahvaljujući računalima i laptopima, a posljednjih godina sve više se razvija i mobilni internet. Sve je to naravno doprinjelo i razvoju internet bankarstva kojeg trenutno koristi veliki broj ljudi.

Predmet završnog rada je analiza modela i ponude internet bankarstva u Republici Hrvatskoj. Cilj rada je istražiti ponude usluga internet bankarstva u Hrvatska poštanska banka d.d., Zagrebačka banka d.d. i Sberbank d.d.

U radu je postavljena hipoteza da postoje razlike u ponudi i naknadama internet bankarstva među istraživanim bankama. Hipoteza će biti prihvaćena ili odbačena u zaključku završnog rada.

Izvori koji su korišteni u radu obuhvaćaju znanstvenu i stručnu literaturu te internetske izvore. Znanstvena metoda koja je korištena u ovom završnom radu je deskriptivna metoda kojom je objašnjen pojam internet bankarstva. Koristiti će se induktivna metoda, deduktivna metoda te metoda analize. Induktivna metoda biti će korištena kako bi se na temelju analize pojedinačnih činjenica došlo do zaključka o općem sudu. Deduktivna metoda korištena je u svrhu provjeravanja hipoteze te metoda analize.

Završni rad je koncipiran od sedam poglavlja. Prvo poglavlje predstavlja uvod u završni rad. U uvodu je opisan predmet i cilj rada, postavljena je hipoteza i objašnjena je struktura rada. Drugo poglavlje pod naslovom „Početci razvoja internet bankarstva“ je teorijski dio o razvoju internet bankarstva. U trećem poglavlju pod naslovom „Usporedba bankarstva u prošlosti i danas“ obrađuje se tradicionalno i suvremeno bankarstvo i usporedba istih. U četvrtom poglavlju pod naslovom „Vrste usluga internet bankarstva“ navode se vrste usluga internet bankarstva, odnosno ponude za fizičke i za pravne osobe. Zatim, peto poglavlje „Pozitivne i negativne strane internet bankarstva“ zaduženo je za prednosti i nedostatke internet bankarstva, dok šesto poglavlje pod naslovom „Analiza ponude internet bankarstva u Republici Hrvatskoj u Hrvatska poštanska banka d.d., Zagrebačka banka d.d., Sberbank d.d.“ predstavlja empirijski dio rada u kojem je analizirana ponuda internet bankarstva u Republici Hrvatskoj u tri odabrane banke. Sedmo, ujedno i posljednje poglavlje rada predstavlja zaključak.

2. Počeci razvoja internet bankarstva

Prendergast (1992.) navodi da se internet bankarstvo prvi put se javlja 1980-tih godina, točnije 1983. godine kada je jedna Škotska banka ponudila korisnicima NBS (Nottingham Building Society) mreže korištenje internet bankarskog servisa u Velikoj Britaniji. Ta usluga je tada bila poznata pod imenom Homelink. Homelink se koristio pomoću televizora i telefona. Naime, na televizoru su se preko telefonske linije tražili i listali podatci iz baze podataka, a ti dostupni podatci obuhvaćali su sve od podrške kupcima pa sve do financijskih podataka pri čemu je problem predstavljala jedino loša grafika. Pošto je Homelink bio prvi internetski servis možemo reći da se internet bankarstvo kakvo danas poznajemo temelji upravo na Homelink-u.

Kao što je bilo i za očekivati broj korisnika Homelinka bio je minimalan, ali s razvojem interneta polako se razvijalo i internet bankarstvo i okupilo sve veći broj korisnika. Početkom 90-ih godina prošlog stoljeća značajno je napredovao razvoj internet bankarstva, a samim time i broj korisnika. Prema internetskoj stranici (<https://www.cutimes.com/2004/02/03/stanford-fcu-set-to-mark-10-year-anniversary-as-first-financial-to-offer-online-banking/?slreturn=20200813115640>) 1994. godina bila je jako bitna godina u razvoju internet bankarstva jer se te godine internet bankarstvo javlja u Sjedinjenim Američkim Državama zahvaljujući financijskoj instituciji Stanford Federal Credit Union. Oni su razvili internet bankarstvo i svi njihovi klijenti su ga mogli koristiti.

Na internetskoj stranici (<https://www.forbes.com/sites/amyfeldman/2015/11/17/chip-mahan-first-internet-banker-is-back-with-tech-enabled-sba-lender-live-oak-bank/#476052ae3e59>) možemo pročitati da je u listopadu 1995. godine osnovana je Security First Network Bank (SFNB), odnosno prva banka koja je svoje poslovanje temeljila isključivo putem interneta. Security First Network Bank osnovana je u Pineville-u, u SAD-u, a osnovao ju je James S.Mahan III. Sve bankarske poslove obavljali su preko interneta što znači da nisu imali niti jednu poslovnicu s fizičkim ograncima . SFNB je prvobitno osnovana kao štedna banka zajedno sa softverskom tvrtkom (Security First Technologies). Iste godine došlo je do velikog razvoja informacijske tehnologije koja je pripomogla napredku internet bankarstva, a samim time su i korisnici počeli sve više uviđati prednosti istog.

Prema internetskoj stranici (<https://www.ffiec.gov/press/pr101205.htm>) Federal Financial Institutions Examination Council (FFIEC) je u svrhu podizanja razine informiranosti korisnika i njihove sigurnosti, donio nove zakone i regulative. Tih godina dolazi i do velikog napredka

po pitanju broja banaka koje posluju samo i isključivo preko interneta. Neke od tih banaka su: PC Financial (Kanada), First Direct (Velika Britanija), ING Direct (Nizozemska).

Tvrtka Apple jedna je od najzaslužnijih za korištenje internet bankarstva pomoću pametnih telefona. Prema internetskoj stranici (<https://www.apple.com/newsroom/2007/06/11iPhone-to-Support-Third-Party-Web-2-0-Applications/>) vidljivo je da su oni od 2007. godine u svoje pametne telefone ugrađivali internet standarde web 2.0. koji su pružali siguran pristup podacima i transakcijama, drugim riječima omogućili su korištenje internet bankarstva preko pametnih telefona. To je bio veliki korak u razvoju internet bankarstva jer su pametni telefoni postajali sve više korišteniji među ljudima, a zahvaljujući Apple-u veliki broj ljudi se upoznao i sa internet bankarstvom i njegovim prednostima. Svijet je postajao sve brži, a mnogi ljudi ne vole gužve i čekanja u bankama, a internet bankarstvo je savršeno po tome pitanju jer sve transakcije se mogu obaviti s bilo koje lokacije pomoću pametnih telefona.

Brčić (2018.) navodi da je prema podacima Online Banking Reporta u Sjedinjenim Američkim Državama u travnju 1996. godine zabilježeno milijun korisnika internet bankarstva, dok je sljedeće godine zabilježen porast od 4,2 milijuna korisnika. A 2001. godine statistički podatci pokazuju da je čak 19 milijuna Amerikanaca koristilo neki oblik internet bankarstva. Novija istraživanja objavljena na internetskoj stranici (<https://dataprot.net/statistics/mobile-banking-statistics/>) pokazuju da je čak 79% korisnika pametnih telefona u proteklih 6 mjeseci koristilo svoje uređaje za internet bankarstvo. Predviđanja o korištenju internet bankarstva govore o tome kako će ukupna vrijednost plaćanja u u 2020. godini dostići brojku od 503 milijarde dolara. Najviše korisnika internet bankarstva u svijetu ima Bank of America sa više od 25 milijuna aktivnih korisnika internet bankarstva dok u Hrvatskoj prema posljednim istraživanjima internet bankarstvo koristi 27,50% stanovništva.

3. Usporedba bankarstva u prošlosti i danas

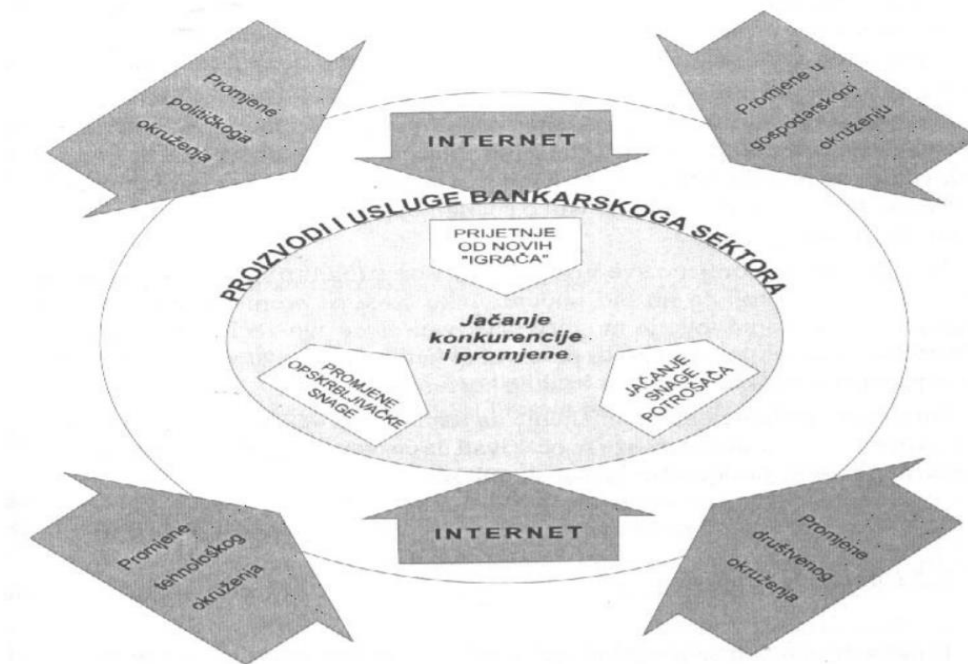
Brčić (2018.) navodi da je krajem 20. stoljeća i početkom 21. stoljeća bankarstvo je doživjelo velike promjene koje su zahvatile sve zemlje diljem svijeta. Veliki porast međunarodnih financijskih tokova uz pomoć privatizacije financijskih tržišta i liberalizacije potpuno je promjenio zakonitosti i okruženje tržišta. Posljedica tehnoloških, gospodarskih, demografskih i političkih promjena na kraju će dovesti do promjena unutar cjelokupnog financijskog sektora. Tehnologija se kroz godine sve više razvijala, a konkurencija je postajala sve veća pa su banke bile prisiljene uvoditi promjene u svoje poslovanje i na odstupanje od dotadašnjih strategija i filozofija tradicionalnog bankarstva. Na iste te promjene veliki utjecaj ima i porast životnog standarda. Glavna razlika između tradicionalne i suvremene (moderne) filozofije poslovanja banaka je ta što je tradicionalna filozofija usmjerena najviše prema samim bankama, dok je suvremena filozofija usmjerena prema klijentima. Ovaj proces zbog velikog broja promjena koje su bile neophodne nije kratkotrajan proces. Prelazak s tradicionalnog na suvremeno bankarstvo ovisio je pojedinačno od banke do banke, a i stanovništvu je trebalo određeno vrijeme da počnu primjećivati sve prednosti koje im nudi moderno bankarstvo. Osim klasičnih banaka na financijskom tržištu su se pojavile i nebankarske financijske institucije kao što su: osiguravajuća društva, kreditna udruženja, mirovinski fondovi, financijske kompanije, investicijski fondovi, brokersko-dilerske kompanije i financijski konglomerati koji nude proizvode i usluge koje vrlo slične bankarskim.

Kao i svaki gospodarski sektor tako i bankarski sektor ima svoje vanjske i unutarnje čimbenike. Na vanjske čimbenike u bankarskom sektoru je nemoguće utjecati jer oni nisu pod utjecajem samih banaka. Zbog toga uspjeh banaka ponajviše ovisi o sposobnosti menadžmenta koji za zadatak imaju procijeniti trenutne, ali i buduće događaje te ispravno i pravovremeno reagirati na iste.

Vanjski čimbenici

Kao što je vidljivo iz slike 1. u vanjske čimbenike ubrajamo političke, gospodarske, društvene i tehnološke čimbenike. Ti čimbenici imaju veliki utjecaj na bankarski sektor. Najveći utjecaj na razvitak bankarskog sektora u posljednja dva desetljeća imaju postignuća u području informatičkih i komunikacijskih tehnologija. Razvitak i usvajanje novih tipova tehnologije diljem svijeta pripomoglo je razvitku financijskih organizacija te globalizaciji novčanih tokova. Primjenom novih tehnologija omogućen je razvitak novih proizvoda i usluga na tržištu bankarskih proizvoda. U isto vrijeme pojačan je pritisak na banke da povećaju ukupnu

efikasnost i proizvodnost s ciljem opstanka na tržištu i povećanja profitabilnosti. Predviđanja govore da će tehnologija i dalje biti glavni pokretač promjena u bankarskom sektoru.



Slika 1. Utjecaj vanjskih čimbenika na bankarski sektor

Izvor: Rončević, A., Nove usluge bankarskog sektora: razvitak samoposlužnog bankarstva u Hrvatskoj, *Ekonomski pregled* 2006. str. 757.

Unutarnji čimbenici

„U zemljama razvijenog tržišnog gospodarstva nekad je vrijedio slogan “kupac je kralj”, a danas se sve glasnije izgovara “ne kralj, nego diktator.“ (Reidenbach, Wiloson, McClung, Goetze, 1995:758) To posebice vrijedi za bankarski sektor. Tijekom vremena potrošači su postali zakonom sve zaštićeniji, a zbog jačanja konkurencije nudi se kvalitetniji i širi asortiman proizvoda i usluga. Nove tehnologije posebice razvoj interneta unose značajne promjene po pitanju radnih mjesta, u uvjetima stanovanja, a također i u poslovanju banaka. One utječu na promjene navika samih potrošača i na njihove zahtjevnije zahtjeve. U današnje vrijeme zahvaljujući internetu i ostalim raspoloživim tehnologijama, potrošači vrlo lako mogu doći do svih potrebnih podataka uz vrlo niske troškove i usporediti tko im nudi najbolje uvjete i koji proizvodi i usluge im najviše odgovaraju. Nakon uvođenja novih, suvremenih tehnologija uslijedile su potrebe za promjenom u kadrovskoj službi banaka. Banke danas zapošljavaju mlade, visokoobrazovane radnike, a s druge strane prisiljeni su na otpuštanje radne snage srednje i starije dobi. Ovakvu strategiju primorani su ispunjavati zbog sve veće konkurencije i zbog sve

naprednije tehnologije zbog koje se smanjuje broj radnika, a posebice onih koji imaju minimalna ili nikakva znanja na području novih tehnologija. Uz dosad nabrojane čimbenike, ne smijemo zaboraviti čimbenik koji govori da se danas sve veći broj novih financijskih posrednika počinje baviti poslovima koji su nekada bili isključivo tradicionalno bankarski, a samim time i jačaju konkurenciju bankama. Kako bi ostali konkurentni na tržištu, koristeći se novim tehnologijama primorani su na takvu strategiju da im troškovi budu niži što samim time znači da im se povećava opstanak na tržištu banaka.

3.1. Tradicionalno bankarstvo

„Tradicionalno bankarstvo proteže se od prve polovice 19. stoljeća do druge polovice 20. stoljeća u kojem su se poslovne banke pojavljivale kao hipotekarske, investicijske, depozitne i univerzalne banke. Tradicionalno bankarstvo prije svega možemo prepoznati po tome što ga karakterizira decentralizacija i široka mreža poslovnica u kojima se nude bankarski proizvodi i usluge.“ (Reidenbach, Wiloson, McClung, Goeke, 1995:758) Takva strategija im je omogućavala da svoje standardizirane proizvode nude na velikom broju mjesta, a to im je također pripomoglo i zapošljavanju velikog broja ljudi. Zbog toga banke su imale velike fiksne i varijabilne troškove, a zbog takvog načina poslovanja prisiljeni su na minimalizaciju troškova. Sve to je dovelo do toga da banke ne stavljaju klijente na prvo mjesto nego su se najviše bavile promjenama u izvješću o računu dobiti i gubitka.

„Primarna djelatnost tradicionalnih banaka je prikupljanje depozita i odobravanje kredita. Glavne karakteristike su:

1. Prikupljanje slobodnih sredstava i na toj osnovi odobravanje kredita
2. Neosjetljiva je na konkurenciju zbog neravnoteže ponude i potražnje za kreditima, koja uvijek ide u korist potražnje
3. Bavi se posredovanjem s tim da se ne osvrće previše na potrebe klijenata
4. Kao tržišno privilegirana institucija, banka razvoj planira i realizira na proizvoljan način
5. Ponuda i potražnja proizvoda i usluga koju banka nudi siromašna je
6. Umjesto naglasak na kvalitetu i profesionalnost, naglasak se stavlja na propagandu i zasljepljivanje klijenata
7. Naglasak u razvoju je na broju organizacijskih dijelova “ (Hadžić, 2013:50)

Tradicionalne banke gube na značaju nakon porasta efikasnosti financijskih tržišta, a posebice nakon što su i sami klijenti shvatili da postoje i drugi načini za dobivanje financijskih sredstava.

Banke se tijekom toga razdoblja suočavaju sa gubitkom broja klijenata, a dodatno situaciju otežavaju i državne regulative.

„Zbog jačanja konkurencije, ali i nastalih problema koji su se javljali u bankarskom sektoru, banke su bile prisiljene razviti prodajnu filozofiju. Prodajna filozofija nastala je nakon donošenja sljedećih zaključaka:

- ❖ Gubtak tržišnog udjela rezultat je pomanjkanja prodajnih napora
- ❖ Porast profitabilnosti dolazi od pojačanih promotivnih napora (prodaje)
- ❖ Zaposlenici moraju biti motivirani i moraju biti nagrađeni za povećanje prodaje“
(Rončević, 2006:760)

Prema Jayawardhena, Foley (2000.) poslovni pristup koji proizlazi iz novih poslovnih filozofija banaka koje se temelje na primjeni novih tehnologija omogućit će mnogobrojne prednosti, kao što su:

1. Smanjivanje troškova – brojne usluge koje je moguće pronaći u sklopu internet bankarstva jeftinije su nego iste usluge koje se nude u poslovnicama banaka
2. Povećanje tržišnog udjela – integracijom elemenata samoposlužnog bankarstva moguće je privući nove skupine klijenata
3. Masovna komunikacija – nove tehnologije u samoposlužnom bankarstvu omogućuju masovnu komunikaciju uz niske troškove (internet)
4. Bolja komunikacija s korisnicima – pomoću novih tehnologija moguće je razviti marketinške aktivnosti preko web stranica banaka na jeftiniji i efikasniji način
5. Inovacije – nove tehnologije omogućuju unapređenje postojećih proizvoda i usluga te uvođenje novih
6. Razvijanje novih djelatnosti – mnoge su banke koristeći nove tehnologije svojim klijentima pružile usluge osiguranja i trgovinu vrijednosnim papirima

Tradicionalno bankarstvo kroz svoju povijest suočava se sa ograničenjima koja su se s uvođenjem suvremenog bankarstva polako gubila. Jedno od ograničenja tradicionalnog bankarstva definitivno je ograničenost dostupnosti koju klijenti mogu obavljati odlaskom u poslovnice. Nadalje, klijenti su osuđeni na veliki gubitak vremena čekanjem u redovima u poslovnicama, više vremena je potrebno za obavljanje pojedinih transakcija i za obavljanje svih ostalih bankarskih usluga potrebno je više vremena ako se iste te usluge obavljaju u poslovnicama.

S vremenom banke su shvatile da ako žele nastaviti sa poslovanjem moraju postepeno prihvaćati suvremeno bankarstvo i započeti prelazak s tradicionalnog na suvremeno bankarstvo, a sa sve bržim razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologija taj prelazak nije bio neočekivan pa su banke, odnosno njihovi menadžeri, koji su dobro predvidjeli kako će se situacija razvijati taj prelazak puno lakše i bolje podnijeli.

3.2. Suvremeno bankarstvo

„Suvremeno bankarstvo omogućuje obavljanje poslova između banaka, između banaka i njihovih komitenata te između komitenata bankaa, bez da je korisnik primoran posjetiti poslovnicu banke, te je izostavljena i papirna dokumentacija. Tim načinom poslovanja omogućeno je korištenje uslugama banaka putem bankarskog web mjesta što donosi brojne prednosti kao što su ušteda vremena i novca. Suvremeno bankarstvo danas karakterizira primjena interneta i web servisa za obavljanje financijskih transakcija. Web mjestu banke korisnici pristupaju koristeći standardne internetske alate.“ (Garača, 2008:155)

Suvremeno bankarstvo za razliku od tradicionalnog temelji se na centralizaciji koja omogućuje primjenu novih tehnologija. Prelazak s tradicionalnog bankarstva na suvremeno bankarstvo još uvijek traje. Svakim danom tehnologija napreduje sve više, a to ide u korist suvremenom bankarstvu. Ljudi su sve više informatički pismeni, iz dana u dan se povećava broj korisnika internet bankarstva, a i troškovi pružanja usluga preko interneta su jeftiniji i za banke, a i za klijente.

Tradicionalne banke će s vremenom otići potpuno u zaborav, a to je već slučaj u razvijenim tržišnim ekonomijama. Banke na razvijenim tržištima su prilagođene na zahtjeve novog vremena i u potpunosti su adaptirane na potrebe novih globalnih, nacionalnih i internacionalnih financijskih tržišta.

„Postoji određeni put razvoja od klasičnog načina poslovanja banaka do ovog kojeg danas poznajemo i koji koristi moderne tehnologije u svom poslovanju. U nastavku će faze razvoja od uviđanja potrebe za uvođenjem novih tehnologija u poslovanje do izmjene načina biti detaljnije objašnjene:

1. faza – inicijativa
2. faza – interaktivnost
3. faza – personalizacija

4. faza – virtualizacija

5. faza – pokretljivost“ (Panian, 2013:60-61)

„Prvu fazu karakterizira spoznaja da primjena informacijske tehnologije može doprinijeti kvalitetnijem poslovanju banke. One imaju utjecaj na produktivnost radnika, primjrice smanjuje se količina papirologije koja dovodi do zamora radnika te se on može fokusirati na kreativnije rješavanje problema čime raste njegovo zadovoljstvo pa samim time postaje produktivniji od čega i banka ima koristi. Banka postaje konkurentnija, moguće je ponuditi kvalitetniju uslugu, smanjuju se troškovi banaka, klijenti su zadovoljniji uslugom.“ (Panian, 2013:65)

U drugoj fazi vidljiva je najviše razlika između tradicionalnog i suvremenog bankarstva. Prije je klijent morao posjetiti poslovnicu banke kako bi mu banka obavila određenu bankarsku uslugu, dok je u suvremenog bankarstvu glavni cilj ponuditi klijentima što više bankarskih usluga koje mogu obavljati s bilo kojeg mjesta uz uvjet da posjeduju računalo ili pametni telefon putem kojeg može obavljati bankarske usluge. Tu je riječ o tzv. win-win situaciji u kojoj banka smanjuje troškove, a klijenti nisu primorani ići u banku.

„U trećoj fazi kada je već bitan broj klijenata prihvatio novi način pružanja usluga od strane banke dolazi potrebna banke dolazi potreba za razvojem načina pružanja usluga kroz internet bankarstvo kako bi usluga što bolje odgovarala specifičnim potrebama njegovih korisnika te kako bi se smanjio otpor korisnika prema takvom obliku pružanja usluge. Tako primjerice imamo internet bankarstvo za fizičke i pravne osobe.“ (Panian, 2013:66)

Četvrta faza stavlja u fokus stvaranje virtualnih banaka s ciljem da banke prestanu postojati u fizičkom smislu. Jedina mogućnost poslovanja s bankama bila bi pomoću interneta preko web-a.

„Zadnja faza je vezana uz ekspanziju pokretnih (mobilnih) tehnologija i uređaja. Klijentima je omogućeno koristiti usluge banaka i na vlastitim mobilnim uređajima, tako da su im bankarske usluge dostupne u svakom trenutku, gdje god se nalazili.“ (Panian, 2013:67-68)

„Suvremeno bankarstvo se temelji na novoj, tržišnoj filozofiji, koja polazi od sljedećeg:

- ❖ Klijent zna što želi i odmah će znati prepoznati banku koja će mu to najbolje pružiti
- ❖ Odluke o proizvodima/uslugama ne treba oblikovati bez suradnje s klijentom
- ❖ Potreban je veliki broj varijacija u ponudi bankarskih proizvoda/usluga

- ❖ Ponuda mora nadmašiti potražnju za bankarskim proizvodima/uslugama “ (Rončević, 2006:762)

Tradicionalno bankarstvo svoju zaradu temeljilo je na kamatama dok suvremeno bankarstvo svoju zaradu temelji ponajviše na ostvarenju dohotka od kamata, odnosno provizija. Prelazak na suvremeno bankarstvo prisiljava banke na dodatno ulaganje u svoje zaposlenike. Zaposlenici moraju biti u korak s vremenom po pitanju novih tehnologija koje obuhvaćaju suvremeno bankarstvo kako bi unaprijedili svoje vještine u pružanju usluga klijentima.

Naravno da ni suvremeno bankarstvo nije savršeno, glavni problem suvremenog bankarstva je to što banka kako bi bila konkurentna na tržištu mora imati kvaliteta menadžment koji posjeduje specifična znanja o novim tehnologijama i koja zna u kojem smjeru će se razvoj bankarstva odvijati. Ako banka nema kvalitetne ljude u menadžmentu koji ne znaju na koji način reagirati na određene promjene, ali i koji ne znaju pravovremeno reagirati na iste, vrlo vjerojatno je da će se banka suočiti sa ogromnim problemima koji mogu dovesti čak i do gašenja banke. Suvremenim bankama u fokusu je klijent i banka mora sav svoj fokus staviti upravo na klijente. Klijenti moraju u startu prepoznati koje privilegije im nudi banka, jer ako klijent ne vidi odmah što banku razlikuje od druge banke, vrlo lako će otići u neku konkurentsku banku zbog velike konkurencije. Banke u tom slučaju moraju dosta novca ulagati u marketing jer ako se ne nametnu na tržištu morat će podnijeti rizik od gubitka velikog broja klijenata.

„Da bi opstala, svaka banka mora redefinirati svoju filozofiju poslovanja. Suvremene banke moraju naučiti:

1. Identificirati vrijednost koju mogu ponuditi za specifičan proizvod/tržište
2. Kreirati vrijednost za specifičan proizvod/tržište
3. Održavati ili održati relaciju između vrijednosti za specifičan proizvod/tržište“
(Rončević, 2006:762)

U nastavku se analizira broj korisnika usluga internet bankarstva u Republici Hrvatskoj (tablica 1.)

Tablica 1. Broj korisnika usluge internet bankarstva u Republici Hrvatskoj (u tisućama)

| Godina | Gradani | Poslovni subjekti |
|---------------|----------------|--------------------------|
| 2005. | 276.170 | 83.527 |
| 2006. | 350.787 | 106.088 |
| 2007. | 424.298 | 130.111 |
| 2008. | 559.711 | 150.668 |
| 2009. | 665.444 | 162.037 |
| 2010. | 732.929 | 177.266 |
| 2011. | 948.068 | 191.902 |
| 2012. | 1.040.373 | 206.276 |
| 2013. | 1.139.077 | 219.843 |

Izvor: <https://hrcak.srce.hr/149935>

Iz tablice 1. jasno je vidljiv porast broja korisnika internet bankarstva u Republici Hrvatskoj tijekom godina. Od 2005. godine kada je Hrvatska narodna banka (HNB) počela pribavljati statističke podatke do 2013. godine broj građana koji koriste usluge internet bankarstva porastao je za 862.907 tisuća korisnika dok je broj poslovnih subjekata koji koriste internet bankarstvo porastao za 136.316 tisuća korisnika. Za pretpostaviti je da se broj iz godine u godinu sve više povećava.

Kako navodi Milanović Glavan, Cibarić (2015.) Erste banka provela je 2013. interno istraživanje o broju korisnika Erste NetBankinga, odnosno inačice internet bankarstva Erste banke, koje je pokazalo da više od 137.700 fizičkih osoba koristi usluge internet bankarstva što je povećanje od čak 17,4% u odnosu na 2012. godinu. Isto to istraživanje je pokazalo da internet bankarstvo koriste najviše osobe u dobi od 18 do 29 godina, njih čak 43%, a nakon njih slijede osobe u dobi između 30 i 49 godina, odnosno 36% klijenata.

4. Vrsta usluge internet bankarstva

Danas banke nude brojne usluge koje njihovi klijenti mogu obavljati pomoću interneta. Cilj banaka je pokušati izjednačiti usluge koje se mogu obavljati u poslovnicama banaka s onima koje klijentima mogu ponuditi preko interneta. Zbog ogromne konkurencije s kojima se banke susreću primorane su da nude slične ili čak iste usluge zbog smanjivanja rizika jer u slučaju propusta riskiraju gubitak velikog broja što trenutnih što potencijalnih budućih klijenata.

4.1. Ponuda za fizičke osobe (građane)

Svi klijenti banke koja nudi internet bankarstvo omogućeno je korištenje, kontrola, pristup i provjera prometa na svojim računima. Pojedine banke svojim klijentima omogućavaju i izravnu komunikaciju s bankom. Moguće je ugovoriti usluge primanja raznih obavijesti, primjerice izvode sa žiro računa, omogućeno je slanje reklamacija, upita itd.

„Standardna ponudu za građane uključuje:

- ❖ Uvid u stanje i promet po računima, kreditima, oročenjima, punomoćima, jamstvima, ugovorenim trajnim nalogima i izravnim terećenjima
- ❖ Plaćanja i najava plaćanja u kunama unutar i izvan banke
- ❖ Prijenos s računa na račun unutar banke
- ❖ Online plaćanje u inozemstvo
- ❖ Kupoprodaja deviza
- ❖ Pregled zadanih naloga po statusu i željenom periodu
- ❖ Kreiranje, pregled i izmjena predložaka za unos platnih transakcija
- ❖ Pregled detalja i uplata rata aktivnih kredita u banci
- ❖ Plaćanje Visa i Mastercard revolving kredita
- ❖ Online zahtjev za izdavanje Visa i Mastercard kartica
- ❖ Ugovaranje i prijenos na planirane štednje
- ❖ Online ugovaranje i pregled raznih vrsta trajnih naloga
- ❖ Aktiviranje usluge e-račun / e-uplatnica
- ❖ SMS info - online ugovaranje, ažuriranje parametara usluge, pregledi poruka, deaktivacija usluge
- ❖ Upit na tečajnu listu
- ❖ Kalkulator depozita, kredita i valuta
- ❖ Ugovaranje dostave dokumenata na e-mail i/ili kućnu adresu
- ❖ Poštanski pretinac

- ❖ Pregled općih podataka o investicijskim fondovima
- ❖ Ispis potvrde plaćanja“ (<https://www.otpbanka.hr/hr/gradani/internet-bankarstvo>)

4.2. Ponuda za pravne osobe

U platnom prometu Republike Hrvatske pravnim osobama omogućena su plaćanja unutar banke, redovita plaćanja u Nacionalnom klirinškom sustavu (NKS), brza plaćanja i mogućnost plaćanja unaprijed. Pravne osobe također imaju mogućnost poslovanja s inozemstvom. Omogućen im je prijenos deviznih usluga, uvid u stanje računa i raspored deviznog priljeva te isplata akontacije za službeni put u inozemstvo. Također, pravne osobe imaju pravo na obavljanje transakcija i kupoprodaje deviza i ostalih usluga koje se obavljaju na deviznim tržištima.

„Kada je riječ o domaćem platnom prometu za pravne osobe, on obuhvaća:

- ❖ Pregled stanja i prometa na kunskim i deviznim računima
- ❖ zadavanje individualnih naloga i zbrojnih naloga za plaćanje u zemlji
- ❖ zadavanje naloga prema inozemstvu
- ❖ odabir dana izvršenja naloga
- ❖ izmjenu naloga
- ❖ mogućnost dvije autorizacije platnoprometnih naloga
- ❖ kreiranje baze vlastitih predložaka
- ❖ prijenos datoteka uplata plaća
- ❖ kupoprodaju deviza po standardnom tečaju
- ❖ kupoprodaju deviza po dogovornom tečaju
- ❖ autorizaciju zaključnica
- ❖ kreiranje Bijelih lista računa za međunarodna plaćanja u domaćoj i stranoj valuti / nacionalna plaćanja u stranoj valuti
- ❖ dodatnu autorizaciju naloga za međunarodna plaćanja u domaćoj i stranoj valuti / nacionalna plaćanja u stranoj valuti
- ❖ pregled akreditiva, jamstva, kredita, oročenja i ovlasti
- ❖ pregled po Visa Business karticama
- ❖ pregled po CASH POOLING-u
- ❖ pregled općih podataka o investicijskim fondovima
- ❖ poštanski pretinac
- ❖ ispis izvoda i preuzimanje u obliku datoteke

- ❖ pregled obračunatih naknada
- ❖ smart kartice/PKI USB sticka i tokena ostalim korisnicima unutar tvrtke“
(<https://www.otpbanka.hr/hr/velike-tvrtke/internet-bankarstvo-za-poslovne-subjekte>)

5. Pozitivne i negativne strane internet bankarstva

Kao i sve na svijetu i internet bankarstvo ima svoje pozitivne i negativne strane. Iskustva razvijenih zemalja pokazuju da u ovakvom modernom svijetu bez dobro razvijenog internet bankarstva neće biti moguće preživjeti. Jasno je da se internet bankarstvo iz dana u dan sve više razvija i postaje sve bolje i da usluge internet bankarstva koristi sve veći broj i fizičkih i pravnih osoba. Faktori koji odbijaju ljude na korištenje internet bankarstva definitivno su sigurnost i privatnost. Ti faktori najčešće obuhvaćaju stariju populaciju zbog straha od korištenja novih tehnologija i zbog neinformiranosti posebice jer su oni navikli na korištenje tradicionalnog bankarstva i teško prohvataju napredak u bankarskom sektoru.

5.1. Prednosti internet bankarstva

„U odnosu na takozvano tradicionalno (klasično) poslovanje, internet bankarstvo ima niz prednosti koji se mogu pregledati kako s korisničkog aspekta tako i s aspekta banaka. S aspekta banaka prednosti koje pruža internet bankarstvo su:

- ❖ Poboljšani ugled na tržištu
- ❖ Smanjenje transakcijskih troškova
- ❖ Brže i bolje reakcije na promjene u okruženju
- ❖ Smanjenja papirologija
- ❖ Veći prodor na tržište
- ❖ Korištenje interneta u svrhu oglašavanja i prodaje novih financijskih proizvoda“
(Rončević, 2006:765)

Kao glavne prednosti korištenja internet bankarstva za klijente mogu se istaknuti sljedeći navodi:

- ❖ Vremenska neograničenost internet banaka – očituje se u tome da se transakcije mogu obavljati u bilo koje doba dana ili noći, 365 dana u godini. Kod tradicionalnog bankarstva obavljanje bilo kakve transakcije označavalo je fizičku prisutnost klijenata. Klijenti su za obavljanje transakcije morali utrošiti svoje vrijeme i novac za dolazak u banku, najčešće bi u poslovnici banke bili suočeni s gužvom i čekanjem u redovima, a uz sve to su i vremenski ograničeni radnim vremenom banke.
- ❖ Prostorna neograničenost internet banaka – vrlo bitan faktor u internet bankarstvu jer klijent gotovo sve bankarske transakcije može obavljati iz udobnosti vlastitog doma ili ureda ili bilo kojeg mjesta na kojem se nalazi. Jedini uvjet je da ima pristup internetu i otvoren račun u banci. Fizička prisutnost u ovom obliku nije potrebna.

- ❖ Bolji novčani menadžment – ubrzava se protok novca i povećava efikasnost procesa. Razlog tomu je što na internetskim stranicama banaka postoji veliki izbor raznih instrumenata za upravljanje gotovinom.
- ❖ Niži troškovi pristupa i korištenja bankarskih usluga – provizije koje se plaćaju za obavljanje usluga internet bankarstva jednake su ili niže od onih u tradicionalnom bankarstvu.
- ❖ Širok asortiman bankarskih usluga – broj usluga koje banke nude svojim klijentima putem internet bankarstva je prilično velik. Neke usluge je moguće obaviti isključivo putem internet bankarstva. Najčešće usluge internet bankarstva su provjera stanja računa, odobreni limit, stanje prethodnog dana, rezervirani iznos itd. uz sve to, sami korisnici imaju potpunu kontrolu svog računa, naravno sve dok je to u dopuštenim granicama i dok ne oštećuje samu banku.
- ❖ „Bolje administriranje fondovima – svaka je transakcija zabilježena u digitalnom obliku i može se analizirati prije pokretanja nove transakcije.“ (Rončević, 2006:765)
- ❖ „Brzina obavljanja transakcija – pomoću internet bankarstva obavljanje bankarskih poslova, transakcija, obveza predstavlja daleko brži način. Jedino utrošeno vrijeme prilikom internetskog poslovanja jest ono potrebno za prijavu na svoj račun te vrijeme potrebno za obavljanje bankarske transakcije. Uz to, klijent zapravo može čekati do zadnje minute prije sklapanja prijenosa sredstva.“ (Chavan, 2013:22)

5.2. Internet bankarstvo – nedostatci

Internet bankarstvo se savršeno uklopilo u ovo moderno doba. Danas se živi bržim životom nego ikada, ljudi više nemaju vremena čekati u dugačkim redovima u bankama, tehnologija se razvija svakodnevno, troškovi internet bankarstva su minimalni, ali naravno i internet bankarstvo ima i svoje nedostatke.

Iako internet bankarstvo ima broje prednosti ni ova usluga nije savršena. Još uvijek postoje neki nedostatci koji se trebaju riješiti kako bi korisnici bili što zadovoljniji, a i banke supješnije. „Jedni od glavnih nedostatakakorištenja internet bankarstva su:

- ❖ Nedovoljna educiranost glede korištenja internet bankarstva
- ❖ Sustav ne ulijeva potpunu sigurnost korisnicima
- ❖ Opasnost od zlouporabe internet bankarstva u kriminalne svrhe od treće strane
- ❖ Nedostatak zakonske regulative
- ❖ Nedostatak privatnosti
- ❖ Otuđenost i odbojnost prema inovacijama

- ❖ Slaba povezanost na internet i posjedovanje osobnog računala, osobito u slabo ili nerazvijenim zemljama
- ❖ Otpor dijela zaposlenika pri uvođenju novih tehnologija zbog straha od gubitka radnih mjesta “ (<https://analiticar.wordpress.com/2014/05/03/internet-bankarstvo/>)
- ❖ „Problem s kompleksnijim transakcijama – kod obavljanja kompleksnijih transakcija, dolazak u poslovnici predstavlja bolje rješenje nego internet bankarstvo. Obavljanje međunarodnih transakcija koje se odvijaju preko direktnih banaka (banke specijalizirane za online poslovanje), postoji mogućnost da dođe do komplikacija tijekom procesiranja.“ (Koskosas, 2011:56)

6. Analiza ponude internet bankarstva u Republici Hrvatskoj u Hrvatska poštanska banka d.d., Zagrebačka banka d.d., Sberbanka d.d.

U ovom poglavlju završnog rada analizirati će se ponuda internet bankarstva u Republici Hrvatskoj u tri odabrane banke, a to su Hrvatska poštanska banka d.d., Zagrebačka banka d.d. i Sberbanka d.d. Istražiti će se ponuda usluga, visina naknada te sigurnost i broj korisnika u analiziranim bankama.

6.1. Ponuda usluga u istraživanim bankama

Slijedeća tablica prikazuje analizu ponude internet bankarstva u Hrvatska poštanska banka d.d., Zagrebačka banka d.d. i Sberbank d.d. (tablica 2.)

Tablica 2. Analiza ponude usluga internet bankarstva u analiziranim bankama

| Hrvatska poštanska banka d.d. | Zagrebačka banka d.d. | Sberbank d.d. |
|--|--|--|
| Mogućnost ugovaranja nenamjenski oročene štednje | Uvid u svoje račune, štednju, ulaganja i kredite | Pregled stanja po kreditnim karticama, kreditima te ugovorenim štednim produktima |
| Mogućnost kupnje, prodaje i prijenosa udjela u fondovima HPB Investa | Uplate na račune u Hrvatskoj i inozemstvu | Pregled tečajne liste i kupoprodaja deviza |
| Mogućnost pristupa sustavu e-Građani | Kupovina i prodaja te konvertiranje inozemne valute | Brzi unos naloga za plaćanje skeniranjem 2D barkoda sa uplatnice putem opcije „foto plaćanje“ |
| Mogućnost ugovaranja usluge eRačun | Kupovina, prodaja te prijenos udjela u ZB Invest fondovima | Prijenos novca između vlastitih računa i transakcije na račune drugih fizičkih i pravnih osoba |
| Blokada i deblokada kartica | Ugovaranje oročene štednje uz stimulativnu kamatnu stopu | |

Izvor: Samostalna izrada autora na temelju službenih stranica banaka

(<https://www.hpb.hr/gradanstvo/e-banka/internet-bankarstvo>, <https://www.zaba.hr/home/e-zaba-internetsko-bankarstvo>, <https://www.sberbank.hr/gradjani/online-usluge/sberbank2go>)

Ponude usluga interneta bankarstva između banaka se ne razlikuju previše. Svaka banka svojim klijentima nudi osnovne usluge poput provjere stanja, slanja novca, provjere svih prijašnjih transakcija i slično. No, u tablici broj 2. prikazane su neke usluge koje razlikuju analizirane banke. Usluge internet bankarstva koje razlikuju Hrvatsku poštansku banku d.d. od ostale dvije istraživane banke su mogućnost ugovaranja nenamjenski oročene štednje, mogućnost kupnje, prodaje i prijenosa udjela u fondovima HPB Investa, mogućnost pristupu sustavu e-Građani koji u Hrvatskoj postaje sve popularniji i sve više korišten, također Hrvatska poštanska banka nudi svojim klijentima i mogućnost ugovaranja usluge eRačun te blokadu i deblokadu kartica.

Za razliku od Hrvatske poštanske banke, Zagrebačka banka pak svojim klijentima, naravno uz osnovne usluge internet bankarstva, nudi malo drugačije usluge kao primjerice uvid u sve svoje račune (i one po kojima su klijenti opunomoćeni), štednju, ulaganja i kredite, naravno tu je i opcija uplate na račune u Hrvatskoj i inozemstvu, Zagrebačka banka je prva uvela i mogućnost kupovine i prodaje te konvertiranje inozemne valute, sada su tu mogućnost prihvatile i ostale banke. U ponudu usluga internet bankarstva Zagrebačke banke ulazi i kupovina, prodaja te prijenos udjela u ZB Invest fondovima, vrlo slična usluga kao i u Hrvatskoj poštanskoj banci i njihovim HPB Investima. Usluga internet bankarstva u Zagrebačkoj banci obuhvaća i ugovaranje oročene štednje uz stimulativnu kamatnu stopu.

Kod analiziranja ponude usluga internet bankarstva u Sberbank d.d. moguće je uočiti da oni nude slične usluge kao i ostale dvije istraživane banke. Najveća razlika u ponudi je ta što je Sberbanka prva nudila i usluge tzv. „foto plaćanja“. To je usluga koja omogućuje da klijenti pomoću skeniranja 2D barkoda sa uplatnice unose podatke o plaćanju direktno na aplikaciju internet bankarstva. U internet bankarstvu Sberbank d.d. nudi se također pregled tečajne liste i kupoprodaja deviza, prijenos novca između vlastitih računa i transakcije na račune drugih fizičkih i pravnih osoba te pregled stanja po kreditnim karticama, kreditima i ugovorenim štednim produktima.

6.2. Visina naknada za usluge internet bankarstva

Drugi razmatrani kriterij su visine naknada za usluge internet bankarstva (tablica 3.). Naknade koje banke naplaćuju od svojih klijenata su upisnina, odnosno ugovaranje same usluge, mjesečna članarina koju klijenti plaćaju, naknadu za kunska plaćanja unutar banke, naknadu za kunska plaćanja izvan banke, izdavanje token uređaja te otkazivanje korištenja usluge. Svaka analizirana banka različito naplaćuje svoje usluge i to je jedan od kriterija koji klijenti najviše gledaju pri ugovaranju internet bankarstva u određenim bankama.

Tablica 3. Razlike u naknadama za korištenje internet bankarstva

| Naknade | Hrvatska poštanska banka d.d. | Zagrebačka banka d.d. | Sberbank d.d. |
|---|--|--|--|
| Ugovaranje usluge (upisnina) | 20,00 kn | 10,00 kn | 0,00 kn |
| Mjesečna članarina | 10,00 kn/mjesečno | 10,00 kn/mjesečno | 10,00 kn/mjesečno |
| Naknada za kunska plaćanja unutar banke | 0,00 kn | 1,00 kn po nalogu | 1,00 kn po nalogu |
| Naknada za kunska plaćanja izvan banke | 2,00 kn po nalogu (neovisno o iznosu plaćanja) | 2,00 kn po nalogu (ovisno o iznosu plaćanja) | 2,00 kn po nalogu (ovisno o iznosu plaćanja) |
| Izdavanje token uređaja | 30,00 kn | 0,00 kn | 0,00 kn |
| Otkazivanje korištenja usluge | 0,00 kn | 0,00 kn | 0,00 kn |

Izvor: Samostalna izrada autora na temelju službenih stranica banaka

(https://www.hpb.hr/wp-content/uploads/2017/11/Naknade-IB-07_17web.pdf,

<https://www.zaba.hr/home/e-zaba-internetsko-bankarstvo#pan2>,

https://www.sberbank.hr/media/4152/izvod-iz-tarife-naknade-u-poslovanju-s-fizi%C6%92kim-osobama_112020.pdf)

Hrvatska poštanska banka d.d. ugovaranje usluge internet bankarstva naplaćuje 20,00 kn. Dok će za mjesečnu članarinu korisnici morati izdvojiti 10,00 kn mjesečno. Naknada za kunska plaćanja unutar Hrvatske poštanske banke d.d. su besplatna, dok naknada za kunska plaćanja izvan Hrvatske poštanske banke d.d. iznose 2,00 kn po nalogu neovisno o iznosu plaćanja. Izdavanje token uređaja iznosi 30,00 kn. Između analiziranih banaka jedino Hrvatska poštanska banka d.d. naplaćuje izdavanje token uređaja dok je u Zagrebačkoj banci d.d. i Sberbank d.d. izdavanje tokena besplatno za sve klijente. U slučaju ako klijent želi otkazati korištenje usluga internet bankarstva neće platiti ništa jer je otkazivanje korištenja usluge besplatno.

Upisnina za korištenje usluge internet bankarstva u Zagrebačka banka d.d. iznosi 10,00 kn. Isto kao i u Hrvatska poštanska banka d.d. mjesečna članarina iznosi 10,00 kn mjesečno. Naknada za kunska plaćanja unutar banke iznose 1,00 kn po nalogu, a plaćanja za kunska plaćanja izvan

banke su 2,00 kn po nalogu ovisno o iznosu koji klijent plaća. Kao što je već navedeno, izdavanje token uređaja u Zagrebačka banka d.d. je besplatan i svaki klijent koji ugovori korištenje internet bankarstva u Zagrebačka banka d.d. dobije jedan token uređaj na korištenje bez naknade sve dok se ne odluči na otkazivanje korištenja usluge. A ako dođe do otkazivanja usluge klijent neće platiti nikakvu naknadu.

Ugovaranje usluge internet bankarstva u Sberbank d.d. je, za razliku od ostale dvije analizirane banke, bez naknade. Mjesečna članarina je iste visine kao i u Hrvatska poštanska banka d.d. i u Zagrebačka banka d.d., odnosno ona iznosi 10,00 kn mjesečno. Naknada za plaćanja unutar Sberbank d.d. iznosi 1,00 kn po nalogu, a naknada za kunska plaćanja izvan banke iznose 2,00 kn po nalogu, ali također ovisno o iznosu plaćanja kao i u Zagrebačka banka d.d. Izdavanje token uređaja se ne plaća niti u Sberbank d.d., a otkazivanje korištenja usluge je kao i u ostalim analiziranim bankama bez naknade.

Iz ove analize moguće je zaključiti da postoji razlika u naknadama za korištenje internet bankarstva. Najveća razlika je u samoj upisnini, u Hrvatska poštanska banka d.d. upisnina je najskuplja, dok u Sberbank d.d. naknada za upisninu uopće ne postoji. Izdavanje token uređaja se jedino plaća u Hrvatska poštanska banka d.d. dok je u ostale dvije analizirane banke token uređaj besplatan. Naknada koja je jednaka u sve tri banke je mjesečna članarina koja iznosi 10,00 kn mjesečno. Isto tako naknada koja je jednaka je i otkazivanje usluge koje se ne plaća niti u jednoj od analiziranih banaka.

6.3. Sigurnost internet bankarstva

Najvažniji segment internet bankarstva je sigurnost korisnika. Banke ulažu puno novca kako bi pružile što bolju zaštitu svojim klijentima. Internet bankarstvo je tijekom godina bilo na meti raznih hakera koji su koristeći razne hakerske trikove pokušavali ukrasti novce s računa što fizičkim što pravnim osobama. No, kako internet bankarstvo postaje sve zastupljenije među stanovništvom, tako se sve više razvija i tzv. *cyber* kriminal. U internet bankarstvu jako je važan stupanj visoke zaštite podataka jer se mrežom prenose podatci koji korisnici internet bankarstva ne bi željeli da postanu javni. Ti se podatci najčešće šifriraju prilikom prijenosa između klijenata, a ti podatci obuhvaćaju brojeve kreditnih kartica, naloge za transfere i slično. Ovaj način šifriranja temelji se na tehnologiji koja se zove Public Key Infrastructure (PKI). Hrvatske banke uglavnom koriste iste tehnologije kao i strane banke jer je to u današnjem svijetu neophodno, a i same banke znaju koliko je zaštita sigurnosti klijenata bitna. Osim što banke štite svoje klijente i klijenti moraju voditi računa o svojoj sigurnosti.

Kako se navodi na internetskoj stranici Hrvatske udruge banaka (<https://www.hub.hr/hr/sigurnost-na-internetu/savjeti-za-gradane/sigurnost-racunala-i-internet-bankarstva>) korisnici internet bankarstva trebali bi redovito ažurirati svoje web preglednike i aplikacije za internet bankarstvo zbog toga što programi koji se koriste često znaju imati slabe točke koje su na meti napada hakera ili pojedinih računalnih virusa. Iz toga razloga proizvođači softvera povremeno izdaju zakrpe (*update*) kako bi se uklonile slabe točke iz softvera.

Potrebno je instalirati sigurne i provjerene antivirusne programe i redovito ih ažurirati. Antivirusi štite računala i pametne telefone od raznih računalnih virusa koji mogu ugroziti sigurnost korisnika. Kako bi se zaštitili od računalnih virusa korisnici ne smiju otvarati sumnjive datoteke, preuzimati ne provjerenje aplikacije, koristiti sumnjive web stranice i slično. Najpoznatiji antivirusni programi su *McAfee*, *Trend Micro*, *Avast*, *Sophos* itd. Naravno, korisnici trebaju biti oprezni i pri preuzimanju antivirusnih programa jer na tržištu postoji puno lažnih proizvoda koji umjesto da štite računalo oni ga zaraze virusom.

Za još veću zaštitu korisnici bi trebali koristiti vatrozid. Osobni vatrozid je još jedno softversko rješenje koje štiti računala. Zadatak vatrozida je da zaštiti neovlašten promet prema računalu. Najpoznatiji vatrozidi na tržištu su *Windows Firewall*, *Check Point Zone Alarm* i *McAfee Personal Firewall*.

Spyware je program koji nadzire i prati način na koji ljudi surfaju internetom. Analizira sve stranice koje korisnici posjećuju i koristi te podatke za otkrivanje osobnih podataka, lozinke, brojeve kreditnih kartica, brojeve osobnih iskaznica i telefonske brojeve. Kako bi korisnici sigurno koristili internet i internet bankarstvo potrebno je na računalo instalirati *anti-spyware* program jer *spyware* može završiti na računalu bez znanja korisnika računala. Najpoznatiji anti-spyware programi su *AdAware*, *Microsoft Defender*, *Spyware Blaster* itd.

S vremena na vrijeme korisnici interneta bi trebali provjeravati neželjenu e-poštu (*spam*) jer internet prevaranti ponekad koriste upravo taj pristup kako bi uzeli osobne podatke ljudi. Taj način prevare poznat je pod nazivom *phishing*. Takav način prevare funkcionira tako da prevaranti šalju razne poveznice (linkove) na vašu e-mail adresu i njihov cilj je da korisnik otvori poslanu poveznicu preko koje oni mogu dobiti potpuni pristup korisnikovom računalu ili pametnom telefonu. Banka nikada neće poslati neočekivanu e-poruku s poveznicom (linkom) na jednu od svojih stranica za prijavu u internet bankarstvo. Važno je zapamtiti da ako korisnik dobije takvu poruku smjesta ju treba obrisati jer tu poruku sigurno nije poslala banka.

Za prijavu na internet bankarstvo potrebna je lozinka, a pri smišljanju lozinke bitno je da:

- ❖ Lozinke treba držati za sebe
- ❖ Neka lozinke ne budu jednostavne i lagane za pogoditi
- ❖ Preporučljivo je imati različite lozinke za različite usluge
- ❖ Potrebno je redovito mijenjati lozinku
- ❖ Nikada se lozinka ne smije zapisivati

Nakon korištenja internet bankarstva potrebno se odjaviti iz programa ili aplikacije za internet bankarstvo. U slučaju gubitka pametnog telefona pronalaznik može koristiti korisnikov račun u banci u potpunosti jer ima potpuni pristup. Iz toga razloga jako je bitno odjaviti se nakon korištenja internet bankarstva.

To su neki od primjera kako se korisnici mogu zaštititi pri korištenju internet bankarstva, a banka je dužna jamčiti sigurnost svojih klijenata za internetskom bankarstvu. Banke koriste zaštitu od lažnih transakcija u internetskom bankarstvu, štite korisnikove financijske informacije i obuhvaćaju pravovremenu obradu plaćanja. Banke su ponudile mogućnost da klijenti ako otkriju sumnjivu aktivnost na svojem računu mogu prijaviti tu aktivnost i banka osigurava pomoć pri otkrivanju lažnih aktivnosti.

6.4. Broj korisnika internet bankarstva u analiziranim bankama

Zadnji podatci iz 2013. godine koji su raspoloživi na internetskoj stranici Hrvatska poštanska banka d.d. (<https://www.hpb.hr/novosti/u-hpb-u-broj-korisnika-internetskog-bankarstva-porastao-30>) o broju korisnika internet bankarstva u Hrvatska poštanska banka d.d. pokazuju da je u siječnju 2013. godine broj korisnika porastao za više od 30%. u 2012. godini provedeno je oko 1,2 milijuna transakcija putem internet bankarstva u Hrvatska poštanska banka d.d. Iako nisu dostupni točni podatci možemo pretpostaviti da se tijekom godina nastavio trend rasta broja korisnika uzevši u obzir da je 2012. godina bila prva godina od kako je uvedeno internet bankarstvo u Hrvatska poštanska banka d.d.

Zagrebačka banka d.d. je puno prije u odnosu na Hrvatska poštanska banka d.d. uvrstila internet bankarstvo (e-zaba) u svoje usluge. Internet bankarstvo Zagrebačke banke u funkciji je od 2003. godine, dok su sa mobilnim bankarstvom započeli 2008. godine. Istraživanja Zagrebačke banke d.d. dostupna na internetskoj stranici (<https://www.ictbusiness.info/poslovna-rjesenja/zaba-vise-od-435-tisuca-korisnika-internet-bankarstva-i-195-tisuca-korisnika-mobilnog>) govore da je 2013. godine internet bankarstvo Zagrebačke banke d.d. koristilo više od 435 tisuća građana, dok se mobilnim bankarstvom koristilo oko 195 tisuća građana.

Sberbank d.d. nema objavljene podatke o broju korisnika internet bankarstva u svojoj banci, a na upite također ne odgovaraju. S toga možemo zaključiti da ne žele broj korisnika internet bankarstva podijeliti s javnošću.

7. Zaključak

Internet bankarstvo danas je postalo jedno od glavnih usluga svih banaka, svaka banka u svojoj ponudi nudi i internet bankarstvo koje se jako razvilo tijekom godina. No, nisu u svim bankama jednaki uvjeti poslovanja internet bankarstva. Pojedine banke nude više usluga od ostalih, a u pojedinim bankama su uvjeti poslovanja skuplji u odnosu na ostale banke. upravo zato svaki se korisnik prije ugovaranja internet bankarstva mora dobro informirati. Cilj završnog rada bio je usporediti modele i ponude internet bankarstva u Hrvatska poštanska banka d.d., Zagrebačka banka d.d. i Sberbank d.d. i nakon toga utvrditi razlike u ponudi između analiziranih banaka. To ujedno predstavlja i hipotezu rada. U završnom radu komparativnom analizom uspoređene su ponude usluga i razlike u visini naknada internet bankarstva u istraživanim bankama. Provedenom analizom potvrđuje se postavljena hipoteza i dolazi se do zaključka da je većini klijenata najbitnija stavka pri ugovaranju internet bankarstva je visina naknada, budući da banke sve više ujednačavaju svoje ponude usluga zbog konkurencije. Kada govorimo o visinama naknade analiziranih banaka dolazimo do zaključka da Sberbank d.d. nudi najpovoljnije uvjete za ugovaranje internet bankarstva, nažalost Sberbank d.d. nije objavila podatke o broju korisnika internet bankarstva u svojoj banci pa ne možemo sa sigurnošću tvrditi da upravo njihove usluge koristi najveći broj korisnika. Međutim, Zagrebačka banka d.d. koja je druga najpovoljnija banka, između tri analizirane banke u ovom završnom radu, svoje uspjehe podkrepljuje i brojem korisnika internet bankarstva, budući da su u tom pogledu daleko ispred Hrvatska poštanska banka d.d. koja ujedno ima i najskuplje uvjete ugovaranja internet bankarstva. Na kraju rada možemo zaključiti da je internet bankarstva sveprisutno u današnjem svijetu i da iz dana u dan broji sve veći broj korisnika, jednostavno internet bankarstvo je i sadašnjost i budućnost bankarstva. Korisnici trebaju biti oprezni pri ugovaranju internet bankarstva i dobro proučiti usluge koje im banka nudi, a prije svega trebaju pažnju obratiti na visine naknada za korištenje internet bankarstva kako bi bili što zadovoljniji internet bankarstvom.

Literatura

Knjige:

1. Chavan, J. (2013.) *Internet banking – benefits and challenges in an emerging economy*, International Journal of Research in Business
2. Garača, Ž. (2008.) *Poslovni informacijski sustavi*, Split: Ekonomski fakultet Split
3. Hadžić, M. (2013.) *Bankarstvo*, Beograd: Univerzitet Singidunum
4. Jayawardhena, C., Foley, P. (2000.) *Changes in banking sector – The case of Internet banking in UK*, Internet Research
5. Koskosas, I. (2011.) *The pros and cons of Internet banking: A short review*, Business Excellence and Management
6. Panian, Ž. (2013.) *Elektroničko poslovanje druge generacije*, Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb
7. Reidenbach, R.E., Wilson, T.C., McClung, G.W., Goeke, R.W. (1995.) *The value Driven Bank*, Irwin Professional Pub
8. Rončević, A. (2006.) *Nove usluge bankarskog sektora: razvitak samoposlužnog bankarstva u Hrvatskoj*, Ekonomski pregled, Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb

Internetski izvori:

9. Apple: Press Release, <https://www.apple.com/newsroom/2007/06/11iPhone-to-Support-Third-Party-Web-2-0-Applications/> [Pristupljeno 3. kolovoza 2020]
10. Analitičar: Internet bankarstvo, <https://analiticar.wordpress.com/2014/05/03/internet-bankarstvo/> [Pristupljeno . kolovoza 2020]
11. Brčić, M. (2018.) *Internet bankarstvo*. Završni rad. Šibenik: Veleučilište u Šibeniku, Odjel informatičkog menadžmenta. Rapoloživo na: <https://repozitorij.vus.hr/islandora/object/vus:1001> [Pristupljeno 3. kolovoza 2020]
12. Credit Union Times: Stanford Federal Credit Union, <https://www.cutimes.com/2004/02/03/stanford-fcu-set-to-mark-10-year-anniversary-as-first-financial-to-offer-online-banking/?slreturn=20200813115640> [Pristupljeno 3. kolovoza 2020]

13. Data Prot: Mobile banking statistics: The future of money is in the palm of your hand, <https://dataprot.net/statistics/mobile-banking-statistics/> [Pristupljeno 3. kolovoza 2020]
14. Financial Institutions Examination Council: Press Releases, <https://www.ffiec.gov/press/pr101205.htm> [Pristupljeno 3. kolovoza 2020]
15. Forbes: James S.Mahan III., <https://www.forbes.com/sites/amyfeldman/2015/11/17/chip-mahan-first-internet-banker-is-back-with-tech-enabled-sba-lender-live-oak-bank/#41dbc2df3e59> [Pristupljeno 3. kolovoza 2020]
16. Hrvatska narodna banka: Statistički podatci, <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci> [Pristupljeno 5. kolovoza 2020]
17. Hrvatska poštanska banka: broj korisnika internet bankarstva, (<https://www.hpb.hr/novosti/u-hpb-u-broj-korisnika-internetskog-bankarstva-porastao-30>) [Pristupljeno 11. kolovoza 2020]
18. Hrvatska poštanska banka: Internet bankarstvo, <https://www.hpb.hr/gradanstvo/e-banka/internet-bankarstvo> [Pristupljeno 8. kolovoza 2020]
19. Hrvatska poštanska banka: Izvadak iz odluke o naknadama u poslovanju s fizičkim osobama, https://www.hpb.hr/wp-content/uploads/2017/11/Naknade-IB-07_17web.pdf [Pristupljeno 12. kolovoza 2020]
20. Hrvatska udruga banaka: <https://www.hub.hr/hr/sigurnost-na-internetu/savjeti-za-gradane/sigurnost-racunala-i-internet-bankarstva> [Pristupljeno 13. kolovoza 2020]
21. ICT Business: ZABA: Više od 435 tisuća korisnika internet bankarstva i 195 tisuća korisnika mobilnog, <https://www.ictbusiness.info/poslovna-rjesenja/zaba-vise-od-435-tisuca-korisnika-internet-bankarstva-i-195-tisuca-korisnika-mobilnog> [Pristupljeno 14. kolovoza 2020]
22. Milanović Glavan, Lj., Čibarić, A., (2015). *Analiza korištenja internet bankarstva među studentskom populacijom u Republici Hrvatskoj*, Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb. Rapoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/149935> [Pristupljeno 6. kolovoza 2020]
23. OTP banka: Internet bankarstvo za građane, <https://www.otpbanka.hr/hr/gradani/internet-bankarstvo> [Pristupljeno 8. kolovoza 2020]

24. OTP banka: Internet bankarstvo za pravne subjekte, <https://www.otpbanka.hr/hr/velike-tvrtke/internet-bankarstvo-za-poslovne-subjekte> [Pristupljeno 8. kolovoza 2020]
25. Prendergast, G.P.J. (1992.) *Human interaction in service delivery and its relationship to disenchantment discontinuance in the diffusion of self-service technologies*. Massey: Massey University. Rapoloživo na: <https://mro.massey.ac.nz/handle/10179/3524> [Pristupljeno 3. kolovoza 2020]
26. Samoborska banka: Preporuke za sigurnost korisnika internet bankarstva, https://ibank.sabank.hr/doc/Preporuke_sigurnost_korisnika_internet_bankarstva.pdf [Pristupljeno 14. kolovoza 2020]
27. Sberbank: Izvod iz tarife: naknade za poslovanje s fizičkim osobama, https://www.sberbank.hr/media/4152/izvod-iz-tarife-naknade-u-poslovanju-s-fizi%C6%92kim-osobama_112020.pdf [Pristupljeno 12. kolovoza 2020]
28. Sberbank: Online usluge, <https://www.sberbank.hr/gradjani/online-usluge/sberbank2go> [Pristupljeno 11. kolovoza 2020]
29. Zagrebačka banka: Online bankarstvo – opis, <https://www.zaba.hr/home/e-zaba-internetsko-bankarstvo> [Pristupljeno 10. kolovoza 2020]
30. Zagrebačka banka: Online bankarstvo – uvjeti i cijene, <https://www.zaba.hr/home/e-zaba-internetsko-bankarstvo#pan2> [Pristupljeno 12. kolovoza 2020]

Popis slika

Slika 1. Utjecaj vanjskih čimbenika na bankarski sektor.....5

Popis tablica

Tablica 1. Broj korisnika usluge internet bankarstva u Republici Hrvatskoj (u tisućama).....11

Tablica 2. Analiza ponude usluga internet bankarstva u analiziranim bankama.....18

Tablica 3. Razlike u naknadama za korištenje internet bankarstva.....20